

KYMENLAAKSON AMMATTIKORKEAKOULU

Logistiikan koulutusohjelma / merikuljetukset ja satamaoperaatiot

Elias Värri

NOUTOPIHAN TOIMIVUUDEN KEHITTÄMINEN:

case: K-rauta Kotka

Opinnäytetyö 2012

TIIVISTELMÄ

KYMENLAAKSON AMMATTIKORKEAKOULU

Logistiikka

VÄRRI, ELIAS

Noutopihan toimivuuden kehittäminen: case: K-rauta
Kotka

Opinnäytetyö

43 sivua + 2 liitesivua

Työn ohjaajat

lehtori Juhani Heikkinen

varastopäällikkö Petri Vättö

Toimeksiantaja

J & H Kiiskinen Oy / K-rauta Kotka

Maaliskuu 2012

Avainsanat

varastointi, logistinen prosessi, noutopiha, asiakastyytyväisyys

Opinnäytetyön tarkoituksena oli selvittää Kotkan K-raudan noutopihan epäkohdat sekä työntekijöiden että asiakkaiden kannalta. Työn tärkeimpänä tarkoituksena oli myös löytää ratkaisuja näihin ongelmiin.

Opinnäytetyö sisältää teoriaosuuden, jossa käsitellään varastointia, logistista prosessia asiakaslähtöisesti sekä Kotkan K-raudan noutopihaan liittyviä eri osa-alueita. Tutkimusosassa käsitellään kyselytutkimusten pohjalta saatuja tuloksia. Kyselytutkimus tehtiin niin asiakkaille kuin varastomiehille, jotta mahdollisia ongelmia päästiin tutkimaan kahdesta eri näkökulmasta.

Asiakkaille tehdyn kyselytutkimuksen perusteella 87 % vastanneista oli tyytyväisiä saamaansa palveluun Kotkan K-raudan noutopihalla. Kehittämistä kuitenkin kaivattiin palvelun saamiseen, tuoteopastukseen ja tarjoustuotteiden mainostamiseen noutopihalla. Varastomiehille tehdyn kyselyn perusteella suurimmaksi ongelmaksi koettiin tiedonkulun heikkous myymälän ja noutopihan välillä. Myös ne seikat, että työntekijöitä ei ole tarpeeksi, tuotteet eivät ole paikoillaan ja noutopiha jää usein ahtaaksi mm. sesonkituotteiden takia nousivat kyselyä tehtäessä erityisesti esille. Kyselytutkimusten perusteella selvinneisiin ongelmiin pyrittiin opinnäytetyössä kehittämään erilaisia ratkaisuja.

ABSTRACT

KYMENLAAKSON AMMATTIKORKEAKOULU

University of Applied Sciences

Logistics

VÄRRI, ELIAS

Bachelor's Thesis

Supervisors

Commissioned by

March 2012

Keywords

Improvement of Warehouse Yard Functions

43 pages + 2 pages of appendices

Juhani Heikkinen, Senior Lecturer

Petri Vättö, Warehouse Manager

J & H Kiiskinen Oy / K-rauta Kotka

warehousing, logistic process, warehouse yard, customer satisfaction

The purpose of this study was to find out issues and problems that might lie in the warehouse yard of K-rauta Kotka. Both employees and customers' point of views were studied. The main objective of the study was to find the right solutions for these issues.

Theoretical part consisted of the themes of warehousing, customer oriented logistic process and different sections of K-rauta Kotka. Empirical part discusses the results of the surveys. These surveys were executed among both customers as well as warehouse employees in order to obtain perceptions in both groups.

Customer survey showed that 87 % of the customers were pleased with the service that they receive in K-rauta Kotka warehouse yard. However, answers showed the demand for quicker service and guidance regarding the product range or current offers in the warehouse yard. Warehouse employee survey showed that the respondents feel that the biggest issue is the weak communication between the store and the warehouse yard. Survey also showed that the number of warehouse employees is not sufficient, products are not in their right places and warehouse yard is not big enough, e.g. when it comes to seasonal products. Various suggestions for improving the functions and situation of the warehouse yard are given in the later part of study.

SISÄLLYS

TIIVISTELMÄ

ABSTRACT

1	JOHDANTO	6
2	YRITYSESITTELY	6
2.1	Kesko	6
2.2	J & H Kiiskinen Oy / K-rauta Kotka	7
3	VARASTOINTI OSANA LOGISTISTA PROSESSIA	8
3.1	Logistinen prosessi	8
3.2	Varastoinnin merkitys	10
3.3	Varastoimisen syyt	11
3.3.1	Käyttövarasto	11
3.3.2	Varaston rooli puskurina	11
3.3.3	Varaston rooli kausiluonteisessa myynnissä	12
3.3.4	Varaston toiminnan kehittäminen	12
3.4	Varastoimisen kustannukset	13
3.4.1	Pääoman kustannukset	13
3.4.2	Varastoista aiheutuvat kustannukset	13
3.4.2.1	Säilyttämisen kustannukset	13
3.4.2.2	Käsittelyn kustannukset	14
4	ASIAKASTYYTYVÄISYYS LOGISTIIKASSA	14
4.1	Asiakaslähtöisyys	14
4.1.1	Työntö	15
4.1.2	Imu- ja prosessijohtaminen	16
4.2	Asiakastyytyväisyys	17
5	KOTKAN K-RAUDAN NOUTOPIHA	18
5.1	Noutopihan toiminta	18
5.1.1	Kalusto	18

5.1.2	Asiakaspalvelu	19
5.1.3	Kuormien purkaminen	21
5.1.4	Saapuva tavara	22
5.2	Noutopihan valvonta	23
5.3	Tuotteet	23
6	TUTKIMUSONGELMAT SEKÄ NIIDEN RATKAISEMINEN	24
6.1	Kysely asiakkaille	24
6.1.1	Kyselyn toteutus	24
6.1.2	Kyselytulokset ja tulosten analysointi	25
6.2	Kysely noutopihan työntekijöille	29
6.2.1	Kyselyn toteutus	29
6.2.2	Kyselytulokset ja tulosten analysointi	29
7	JOHTOPÄÄTÖKSET	34
8	POHDINTA	41
	LÄHTEET	43
	LIITTEET	
	Liite 1. Kyselylomake asiakkaille	
	Liite 2. Kyselylomake varastomiehille	

1 JOHDANTO

Päädyin tekemään tätä opinnäytetyötä omien kokemuksieni perusteella, sillä olen ollut toimeksiantajayrityksessä töissä varastomiehenä kolme kesää ja nyt olen ollut vakituksena työntekijänä elokuusta 2011 saakka. Asiakkaiden tyytymättömyyden takia halusin miettiä erilaisia ideoita noutopihan toimivuuden kehittämiseksi.

Opinnäytetyön tavoitteena on selvittää K-raudan noutopihan epäkohdat sekä työntekijöiden että asiakkaiden kannalta kyselylomakkeiden ja haastattelujen avulla. Työn tärkeimpänä tarkoituksena on myös löytää ratkaisuja näihin ongelmiin. Työn toissijaisena tarkoituksena on laatia uusille ja vanhoille varastomiehille tietopaketti, joka voisi helpottaa heidän työskentelyään K-raudan noutopihalla. Uskon, että tästä opinnäytetyöstä on hyötyä yrityksen noutopihan nykytilanteen selvittämiseksi, jolloin saadaan myös asiakkailta arvokasta tietoa noutopihan toimivuudesta ja pystytään kehittämään ongelmakohtia.

Teoreettisessa viitekehyksessä käsitellään varastointia ja logistista prosessia asiakaslähtöisesti. Tarkastelussa on myös Kotkan K-raudan noutopihaan liittyvät eri osa-alueet. Teoreettinen viitekehys on koottu monipuolisesti käyttäen eri lähteitä, kuten aiheeseen liittyvää kirjallisuutta, Internetiä sekä asiantuntijahaastatteluja.

Opinnäytetyössä käsitellään kyselytutkimuksissa hankittuja tietoja. Kyselytutkimuksia tehtiin kaksi eli asiakkaille omansa ja varastomiehille omansa, minkä ansiosta noutopihan toimivuutta voidaan tarkastella kahdesta eri näkökulmasta. Työssä olevat valokuvat ovat tekijän omia.

2 YRITYSESITTELY

2.1 Kesko

Kesko-konserni on perustettu 1940 ja Helsingin pörssiin se listattiin vuonna 1960. Osakkeenomistajia on tällä hetkellä n. 38 300. Keskon tämänhetkinen markkina-arvo on 3,4 miljardia euroa ja liikevaihto oli 8 770 miljoonaa euroa vuonna 2010. Keskolla on neljä toimialaa: ruokakauppa, rautakauppa, käyttötavarakauppa ja auto- ja konekauppa. Ruokakauppa kattaa 44 % liikevaihdosta, ja se on ylivoimaisesti Keskon suu-

rin markkina-alue. Seuraavaksi tulee rautakauppa 28 %:n osuudella liikevaihdosta, käyttötavarakauppa 18 %:n osuudella ja viimeisenä auto- ja konekauppa 11 %:n liikevaihto-osuudella. (Keskon yrityseshittely 2011)

Keskon strategisena tavoitteena on

- kasvaa markkinoita nopeammin
- kasvattaa brändiensä arvoa
- kasvattaa kauppapaikkaverkostoa
- kehittää sähköistä kauppaa
- saavuttaa kilpailijoita parempi asiakastyytyväisyys
- kehittää vastuulliset ja tehokkaat toimintamallit.

Keskon missio on luoda yhdessä kumppaneidensa kanssa asiakkaiden arvostamia kauppapalveluja. Keskon vahvimpia osaamisalueita ovat

- kaupan uusien konseptien ja toimintamallien tuottaminen
- hankinta- ja logistiikkapalvelut sekä tukkukauppa
- vähittäiskauppaverkoston kehittäminen
- asiakkuuksien hallinta
- ketjutoiminnan johtaminen ja tukipalvelut
- markkinointi ja vähittäiskauppa.

Keskon ketjutoimintaan kuuluu n. 2 000 kauppaa Suomessa, Ruotsissa, Norjassa, Virossa, Latviassa, Liettuassa, Venäjällä ja Valko-Venäjällä. (Keskon yrityseshittely 2011)

2.2 J & H Kiiskinen Oy / K-rauta Kotka

J & H Kiiskinen Oy kuuluu Rautakeskon K-rauta-konseptiin, mikä näkyy myymälässä ja noutopihalla esimerkiksi mainonnassa, työasuissa, tuotteiden esillepanossa sekä kampanjoissa. Rautakesko on toiminut Kotkan Jumalaniemessä jo vuodesta 1984, jolloin kolmen yrityksen fuusioituessa syntyi Cityrauta Oy. Se oli niin ikään samalla tavalla Rautakeskon alaisuudessa kuin nykyinen K-rautakin. Nykyisen K-rauta-nimensä

Kotkan myymälä sai vuonna 1999. Yrityksessä on tällä hetkellä myyntipinta-alaa 4500 neliötä sekä kokonaispinta-ala on yhteensä 7500 neliötä.

K-raudat toimivat kauppiasvetoisesti, Kotkan K-raudassa kauppiaina ovat toimineet vuodesta 2001 Jari ja Hanna Kiiskinen. Henkilökuntaa Kotkan K-raudassa on n. 30 kausityöntekijöistä riippuen. K-rauta Kotka toimii rauta- ja sisustuskaupan alalla, ja se palvelee niin kuluttaja- kuin ammattiasiakkaita. Uusimman Excel-työkalun avulla tehdyn tutkimuksen perusteella 60 % asiakkaista on kuluttaja-asiakkaita, joita ovat pääasiassa kodinrakentajat, remontoijat ja sisustajat. Tärkeitä ammattiasiakkaita ovat rakennusliikkeet ja julkiset yhteisöt, joita on noin 40 % myymälän asiakkaista. Tulokset saatiin selville yksinkertaisesti siten, että ne jotka käyttivät Y-tunnusta ostaessaan tavaraa, luokiteltiin ammattiasiakkaiksi. (Virolainen 2012)

3 VARASTOINTI OSANA LOGISTISTA PROSESSIA

3.1 Logistinen prosessi

Menestyvän liiketoiminnan tukipilarina on osaaminen ja sellaisten tuote- ja palvelukombinaatioiden tuottaminen, joita asiakkaat haluavat. Erilaisista arvoa lisäävistä toimenpiteistä syntyy asiakaspalveluprosessi, jota kutsutaan usein liiketoiminnan ydinprosessiksi. Ydinprosessi syntyy eri osastojen yhteistoiminnan myötä ja siihen sisältyy esimerkiksi asiakasviestintää, myyntiä ja markkinointia, tilausten käsittelyä, hankintaa, tavarankäsittelyä, valmistusta ja jakelua.

Kun organisaation eri puolilla tavarankäsittelyn tai palvelun toimittamiseen liittyvät vaiheet linkitetään kokonaisuudeksi, niistä muodostuu logistinen prosessi. Se alkaa asiakkailta ja siitä alkava tietovirta kulkee ensin yrityksen kautta tavarantoimittajille. Tavarantoimittajalta lähtevät tavaravirrat yrityksille, jotka ohjaavat ne jälleen asiakkaille. Logistinen prosessi kulkee yrityksen läpi monen vastualueen kautta ja on yhtä paljon osa markkinointia kuin materiaalivirtoja. Logistiikka ei olekaan yksittäinen toiminto, joka vain siirtää tavaraa eteenpäin, vaan monesta ja erillään olevasta työtehtävästä koostuva prosessi, joka tukee liiketoiminnan ydinprosessin toteutumista.

Markkinointikanavan tehtävänä on poistaa esteitä asiakkaan ja tuotteen valmistajan väliltä, ja logistiikalla onkin siinä suuri merkitys. Logistiikka on tavarankäsittelyä,

kuljettamista ja säilyttämistä, minkä seurauksena se liittyy vahvasti yrityksen läpi kulkevaan tavaravirtaukseen, mutta ei pelkästään siihen. Logistiikka on myös sekä tavaravirtoihin liittyvien tietojen välittämistä ja käsittelyä että niihin liittyvien maksu-, raha- ja pääomavirtojen suunnittelua ja toteuttamista.

Logistinen prosessi pitää sisällään merkittävän paljon kommunikointia ihmisten välillä, ja se liittyy tavalla tai toisella monen yrityksessä työskentelevän henkilön työhön. Karkeasti sanottuna logistiikkaa voidaan pitää puoliksi puhtaana hallinto- ja toimistotyönä, jota kutsutaan yleisemmin ohjaukseksi. Tämä työ tehdään toimiston puolella puhelinta, faksia ja tietokonetta apuna käyttäen.

Tiivistettynä logistiikka on tavaravirran ja siihen liittyvän tieto- ja rahavirran

- ohjaamista eli suunnittelua, tilausten käsittelyä, myyntiä, hankintaa, taloushallintoa, tilausten valvontaa, tapahtuma- ja muutostietojen välittämistä sekä
- toteuttamista eli tavarankäsittelyä, kuljettamista, varastointia, tehdastyötä, asiakirjojen tuottamista, laskuttamista, saatavien valvontaa ja maksujen suorittamista.

On tärkeää huomata, että logistinen prosessi kohtaa monessa kohdassa asiakkaan. Siksi logistiikan toteutuminen muodostaa myös keskeisen menestystekijän, ja jokainen yritys voi parantaa kilpailukykyään, kun se pystyy suoriutumaan logistisesta prosessistaan tehokkaammin ja nopeammin kuin kilpailijansa.

Oikea näkökulma on oleellinen asia logististen toimenpiteiden toteuttamisessa, sillä ne tulee suunnitella alusta loppuun asti asiakkaan lähtökohtien ja tarpeiden pohjalta. Logistiikka on tärkeä osa asiakaspalvelua ja logistiikan toteutumista tulee arvioida asiakkaalle tuotetun lisäarvon pohjalta. Logistiikasta onkin tullut yhtä suuri osa markkinointia kuin materiaalitoimintoja.

Logistiikan tavoitteet voidaan kiteyttää kahteen pääkohtaan:

- Ulkoinen eli palvelutehokkuus: Toiminnan jatkuva parantaminen niin, että asiakkaille tarjotaan entistä enemmän ratkaisuja pelkkien tavaroiden sijaan. Asiakasta autetaan lisäämään omaa sisäistä ja ulkoista tehokkuuttaan.

- Sisäinen eli kustannustehokkuus: Turhan käsittelyn välttäminen, varastojen pienentäminen laajasti sekä työn ja pääoman tuottavuuden jatkuva parantaminen.

Logistiikan kehittäminen on pääasiassa yhteistyön kehittämistä yrityksen sisällä sekä yrityksen ja tavarantoimittajien sekä asiakkaiden välillä. Joskus yhteistyö kohdistuu pelkästään peräkkäisten logistiikkatoimintojen hiomiseen, välillä taas koko tavaravirran kulkua muutetaan radikaalisti purkamalla ketjusta päällekkäisiä rakenteita sen parantamiseksi. Logistisessa prosessissa on aina suuri työn ja pääoman tuottavuuden parantamisen potentiaali.

(Sakki 1999, 24–26)

3.2 Varastoinnin merkitys

Varastointi on vain pieni osa logistiikkaan liittyvien eri osien välistä toimenkuvaa. Suomessa sana ”varasto” voi tarkoittaa kahta eri asiaa. Talousopin mukaan varastolla tarkoitetaan vaihto-omaisuuden materiaaliolosuutta eli yritykseen hankittuja materiaaleja, jotka eivät ole jalostuksessa. Teknisessä mielessä varastolla tarkoitetaan sitä tilaa, jossa tavaraa säilytetään. Varastoksi voidaanakin kutsua lähes mitä paikkaa tahansa, jossa tavaraa seisotetaan lyhyemmän tai pidemmän aikaa.

Kaupan toiminta perustuu suureksi osaksi varastoon, josta kuluttaja saa tarvitsemansa tuotteet. Tällaista varastoa pitävät sekä tukku- että vähittäiskauppiat, jotka pyrkivät osaltaan varmistamaan kysyntää omaavien tuotteiden saatavuuden. Aikajänteeltään tällainen varastointi on lyhytaikaista. Varastointi aiheuttaa tuotteeseen lisäkustannuksia ja varsinkin päivittäistavaratuotteissa usein epäkuranttiusriskiä. Silti varastointi on erittäin tärkeä osa yrityksen toimintaa, ja varastointia voidaanakin perustella seuraavilla syillä:

- kuljetuskustannusten alentaminen
- tuotantokustannusten alentaminen
- suurten hankintaerien edullisuus
- toimitusten varmistaminen
- yrityksen asiakaspalvelupolitiikan tukeminen

- markkinatilanteen muutosten tasaaminen
- tuottajien ja kuluttajien välisen aika- ja tilaerojen tasaaminen
- halutun asiakaspalvelutason saavuttaminen pienimmillä logistisilla kokonaiskustannuksilla.

Oikein suunniteltu varastopolitiikka ja sen toteutuksen onnistuneisuus tuottavat logistiseen ketjuun lisäarvoa. Varasto ei kuitenkaan sinällään tuota lisäarvoa, ellei sitä katsota osaksi jalostusprosessia.

(Hokkanen, Karhunen & Luukkainen 2011, 125–126)

3.3 Varastoimisen syyt

3.3.1 Käyttövarasto

Pidetään itsestään selvänä, että Suomen kokoisessa maassa ei kannata kuljettaa tavaraa yhden päivän käyttöä vastaavissa erissä. Tämä pitääkin usein paikkaansa. Myyjältä saapuva erä on usein suurempi kuin mitä asiakkaat heti tarvitsevat käyttöönsä. Tavara jääkin hetkeksi varastoon, jolloin sitä voidaan kutsua käyttövarastoksi. (Sakki 1994, 32–33)

3.3.2 Varaston rooli puskurina

Toinen varastoimisen syy johtuu epävarmuudesta, koska ei tiedetä tuotteiden tarkkaa menekkiä. Asiakkaat haluavat tuotteen heti tai jopa hankinta-aikaa nopeammin. Etukäteen ei voi tarkkaan tietää, kuinka paljon kyseistä tavaraa tarvitaan ja mihin hetkeen lopullinen tarve sijoittuu. Tästä syystä tavaraa tilataan varmuuden vuoksi vähän aikaisemmin tai vähän ennakoitua tarvetta enemmän. Tästä varaston osasta voidaankin käyttää nimitystä varmuusvarasto. Varmuusvarasto voi syntyä huomaamatta ja tavaraa tilataan lisää, vaikka sitä onkin entuudestaan jäljellä yllättävän paljon. (Sakki 1994, 33)

3.3.3 Varaston rooli kausiluonteisessa myynnissä

Kysynnän satunnaisuus on varastoivissa järjestelmissä merkittävä ongelma. Asiakkaille pyritään takaamaan riittävä toimituskyky, mutta se voi aiheuttaa tavarantoimittajille huomattavaa ylivarastointia ja pääoman korkeaa sitomista. Tuotteiden elinkaaret ja niiden mukana kysynnän muuttuminen, sesonkiriippuvaliset kysynnot, kysynnän hintajousto ja eri tuotteiden menekien väliset erilaiset riippuvaisuudet sekä tuotteiden menekien riippuvaisuus asiakkaiden taloudellisista tilanteista eivät myöskään anna kovin vankkaa lähtökohtaa sellaisille täydennys- ja varastointipolitiikoille, jotka perustuvat vakiotäydennyksille tai täysin kiinteille rutiineille. (Karrus 2001, 42–43)

Sesonkituotteet ovat tyypillisiä rautakaupalle. Sesonkiin valmistautuminen aloitetaan jo varhaisessa vaiheessa ja usein sesonkituotteita tulee varastoon kuukausia ennen sesongin alkua. Sesonkituotteiden osto suunnitellaan pääasiassa edellisvuoden myynnin ja tehtyjen myyntiennusteiden perusteella. Kesällä rautakaupassa myydään paljon ruohonleikkureita, puutarhakalusteita ja kestopuuta. Talvella vastaavasti myydään paljon lumikolia ja lumilinkoja. Koska myyntiä pyritään kasvattamaan, tuotteita tilataan varastoon enemmän kuin edellisvuonna on myyty. Tästä seuraa kuitenkin se, että edellisen kesän jäljiltä yhtä ruohonleikkurimallia jäi varastoon talven ajaksi 101 kappaletta. Jos oletettaisiin, että tämän ruohonleikkurin sisäänostohinta olisi 150 euroa, pelkästään tämä yksi ruohonleikkurimalli sitoo pääomaa 15 150 euron arvosta, ja tietenkin leikkurit vievät paljon tilaa noutopihalla. (Kauppi 2012)

3.3.4 Varaston toiminnan kehittäminen

Varastomäärien pienentyessä alenevat varastojen tilakustannukset ja varastoitavan tavaran pääomakustannukset. Tämä säästö on usein suurempi kuin pienistä tilauseristä aiheutuvat kuljetuskustannukset ja toimistokulujen lisäys. Uusi tekijä varastoinnin taloudellisessa optimoinnissa on ohjelmointi, jonka tarkoituksena on välttää lähellä kuluspistettä tapahtuvaa välivarastointia. Nykyaikainen varasto on dynaamisen toiminnan kenttä. Varastotapahtumien lukumäärä on pyrkinyt viime vuosina kasvamaan nopeasti, koska jatkuvasti siirrytään entistä pienempiin kertalähetyskeskuksiin ja toisaalta, koska tavaravalikoima monipuolistuu voimakkaasti. Tärkeämpää onkin huolehtia toiminnan mahdollisesta kasvunvarasta kuin varastotilojen lisämahdollisuuksista. Kiertonopeus on tehokkaan varastoinnin mittapuu, ei niinkään varastoneliöiden paljous. Varas-

ton ei tule olla paikka, jossa tavara seisoo pitkän aikaa, vaan sen tulisi olla ennen kaikkea paikka, jossa tavara ainoastaan pysähtyy hetkeksi kahden kauppatapahtuman välillä. (Harama & Hemmi 1971, 140- 145)

3.4 Varastoimisen kustannukset

Yrityksissä ei yleensä ole selvää kuvaa siitä, mitä varastojen pitäminen todellisuudessa maksaa. Kustannukset voidaan jakaa kahteen pääryhmään: varastoon sitoutuvan pääoman kustannuksiin ja varastoista aiheutuviin toimintakustannuksiin. (Sakki 1994, 41)

3.4.1 Pääoman kustannukset

Liiketoimintaan tarvittavasta pääomasta käytetään nimitystä käyttöpääoma. Sen suuruuteen vaikuttavat ostovelat ja myyntisaamiset sekä koko vaihto-omaisuuden määrä. Laskukaava on:

varastojen arvo – ostovelat+ myyntisaamiset = käyttöpääoma

Käyttöpääoma muuttuu tietenkin koko ajan, mutta tilinpäätöshetkellä tilanne on luetavissa taseesta.(Sakki 1994, 41–42)

3.4.2 Varastoista aiheutuvat kustannukset

3.4.2.1 Säilyttämisen kustannukset

Varaston toimintakustannus koostuu tavaroiden säilyttämisestä ja käsittelystä. Säilyttämisen kustannukset ovat yleensä pienemmät ja tavallisesti ne ovat alle kolmanneksen koko toimintakustannuksista. Tavarain säilyttämiseen tarvitaan aina tila tai alue, jonka käytöstä syntyy kustannuksia. Niitä ovat säilytystilojen tai -alueiden aiheuttamat pääomakustannukset tai ulkopuolisille maksetut tilavuokrat. Myös kuormalavojen ja hyllyjen ym. kaluston kustannukset kuuluvat tähän ryhmään. (Sakki 1994, 41–42)

3.4.2.2 Käsittelyn kustannukset

Yrityksen läpi kulkeva tavaravirta voidaan jakaa kolmeen eri vaiheeseen:

1. Vastaanotto, tarkastus, lajittelu, merkkauk ja tavaroiden sijoittaminen paikalleen
2. Keräily
3. Pakkaaminen, lähetyksen valmistelu ja lähetys.

Kustannukset ovat suurimmaksi osaksi käsittelyhenkilöstön ja heidän esimiestensä palkkakustannuksia sivukuluineen. Pienempi osa kustannuksista muodostuu käsittelylaitteiden koroista, poistoista, huollosta, pakkausmateriaalin käytöstä sekä käsittelytilan kustannuksista. (Sakki 1994, 42–43)

4 ASIAKASTYYTYVÄISYYS LOGISTIIKASSA

4.1 Asiakaslähtöisyys

Liiketoiminnan kehittämisen tulee lähteä asiakkaan tarpeesta. Usein tämä yksinkertainen ohje jää kuitenkin huomioimatta ja yritys kehittää toimintaansa enemmän omien tarpeidensa pohjalta kuin asiakkaan lähtökohdista.

Asiakkaiden palvelemisessa olennaisinta on se, että asiat hoidetaan viipymättä ja siten, että palvelun ja tuotteen laatu tyydyttää asiakasta. Jos toimitus on myöhässä tai se on unohdettu tilata ajoissa, on joku tilausketjun osa ”mennyt pahasti pieleen”. Ongelmat syntyvät siitä, että jokaisen asiakastilauksen toimittamiseen tarvitaan monen ammatti-ihmisen työpanos. Puutteet asiakaspalvelussa kertovat siitä, ettei tilauksessa mukana olevien henkilöiden toimintaa ole linkitetty riittävästi toisiinsa.

Toimintoketjua, jossa on monta yhteen sovitettavaa osaa, kutsutaan prosessiksi. Asiakaspalvelun puutteiden vähentämistä varten prosesseista on tehtävä mahdollisimman yksinkertaisia, silloin niistä tulee sujuvia. Se taas lisää joustavuutta, joka on yksi kilpailukyvyn perusedellytys. Jokaisella prosessilla tulee olla henkilö, joka on vastuussa prosessin suunnittelusta, toiminnasta ja asiakkaiden vaatimusten täyttämisestä – sillä muuten toimintaa ei saada sujumaan asiakkaan haluamalla tavalla. (Sakki 1999, 19)

4.1.1 Työntö

Markkinointikanavassa tuotteen valmistajan ja välittäjän toimintaperiaatteen voisi usein kiteyttää sanalla työntö. Valmistaja valmistaa tahollaan ja pitää myös varastoja. Tukku- ja vähittäiskaupat varastoivat samoja tuotteita ja myyvät tavaraa eteenpäin kysynnän mukaan. Toimitusketjua ei nähdä kokonaisuutena, vaan jokainen markkinointikanavan yritys ajaa ennen kaikkea omaa etuaan. Yritykset pyrkivät olemaan vahvoja voidakseen käyttää valtaa ja voidakseen määrittää, miten muiden tulee toimia.

Toimintaa voidaan pitää hyvin tuote- ja kampanjakeskeisenä, koska seuraavan portaan ostohinta kytketään usein ostoerän kokoon. Perusajatuksena on, että kun seuraavaan portaaseen saadaan myytyä suuri erä, pakottaa se seuraavan portaan tekemään työtä päästäkseen tavarasta eroon. Yritykset eivät lähde kehittämään toimintaansa aidolla tavalla asiakkaiden tarpeiden mukaan. Tästä seuraakin se, että vaikuttaminen markkinointikanavassa on yksisuuntaista myyjäyrityksestä asiakkaisiin päin eikä asiakkaasta myyjäyritykseen päin.

Tällainen toimintamalli heijastuu myös näiden yritysten logistisissa ratkaisuissa. Niistä löytyy tavallisesti seuraavanlaisia piirteitä:

- Yritys kehittää logistiset ratkaisunsa omista lähtökohdistaan.
- Varastot nähdään välttämättöminä, koska niiden uskotaan mahdollistavan itsenäisen ja muista riippumattoman toiminnan.
- Tukkukaupan tehtävänä pidetään varastoimista. Muissakin markkinointikanavan portaissa on koko ajan melko suuret varastot ja varastokustannukset. Epäkuranttia varastoa syntyy jatkuvasti. Varastoista johtuen läpimenoajat ovat koko ketjussa suuria, helposti kuukausien mittaisia.
- Jakelun kehittäminen on yrityskeskeistä. Rahtikustannus on jakelun tärkein valintaperuste. Jakeluyhteistyö muiden yritysten kanssa koetaan mahdottomaksi.
- Uusia sähköisen tiedonvälityksen suomia mahdollisuuksia otetaan käyttöön hitaasti, koska nykyisten rutiinien automatisointi ei tuo merkittäviä lisähyötyjä.

- Yrityksen johto pitää logistiikkaansa tehokkaana, koska rahtihintoihin on pystytty neuvottelemaan huomattavat alennukset.
- Logistiikka nähdään kustannuseräksi, joka on minimoitava.

(Sakki 1999, 28–29)

4.1.2 Imu- ja prosessijohtaminen

Vaihtoehtoista toimintamallia voidaan nimittää imupolitiikaksi. Siinä liiketoiminnan kehittäminen lähtee aidosti asiakkaiden lähtökohdista. Heidän näkemyksiään pyritään ottamaan huomioon niin, että vaikuttamista tapahtuisi tasapuolisesti molempiin suuntiin. Tuotteiden laadun ohella korostuu toiminnan laatu. Läpimenoaikojen lyhentämistä pidetään koko toimitusketjussa erittäin tärkeänä. Tästä syystä toimintaa suunnitellaan laajempina kokonaisuuksina ja mahdollisimman paljon prosessinomaisesti.

Toimitusketjussa jokainen yritys pyrkii vahvistamaan omaa osaamistaan. Yhteistyötä pidetään prosessijohtamisessa luonnollisena osana liiketoimintaa, koska yksi yritys ei yksin pysty olemaan riittävän hyvä kaikkien arvoketjun toimintojen toteuttajana. Silloin välittäjäyrityksen ja sen asiakkaiden työnjako selkeytyy.

Tämä kaikki voidaan tiivistää seuraaviksi perustavaa laatua oleviksi muutoksiksi:

- toimintokeskeisyydestä siirrytään prosessikeskeisyyteen
- yrityskeskeisyydestä yritysten välisen yhteistyön kehittämiseen
- sisäisen tehokkuuden mittaamisesta ulkoisen tehokkuuden mittaamiseen
- henkilökohtaisten tavoitteiden asettamisesta tiimien tavoitteisiin
- menneisyyden seuraamisesta tulevaisuuden ennustamiseen.

Tämä kaikki heijastuu logistiikan toteuttamiseen. Logistiikka on pidettävä kilpailukeinona, jonka avulla voidaan parantaa asiakaspalvelun laatua ja sitä kautta yrityksen taloudellista tulosta.

(Sakki 1999, 29–30)

4.2 Asiakastyytyväisyys

Yrityksen kannalta on erittäin tärkeää ymmärtää, mitä seuraamuksia voi olla huonosta asiakaspalvelusta, sillä kerran menetetty asiakas on vaikeimmin tavoitettavissa uudelleen. Mutta miten asiakastyytyväisyyttä mitataan? Erilaisia käytännön mittauskohteita ovat

- ensivaikutelma
- odotusaika
- palvelun asiantuntevuus
- palvelun ystävällisyys
- asiakkaan asian huomioonottaminen
- joustavuus
- toimitusvarmuus
- tilojen ja palveluympäristön viihtyvyys.

On asioita ja tilanteita, jotka asiakkuussuhteessa koetaan vaikeiksi. Tällaisia ovat esimerkiksi ne palvelutilanteet, joissa asiakas tekee reklamaatiota tai muutoin ei ole tyytyväinen saamaansa palveluun. Tällöin korostuvat asiakaspalvelua suorittavan henkilön tunnetaidot vuorovaikutuksen säätelijänä. Henkilökohtaisista taidoista korostuvat erityisesti omien tunteiden ja niiden vaikutusten tunnistaminen ja itsekuri, haitallisten tunteiden hallinta sekä itseluottamus, varmuus omasta arvosta ja osaamisesta. Sosiaalisista taidoista korostuvat erityisesti toisten tunteiden ymmärtäminen ja ristiriitojen hallinta.

Erityisesti myyntitilanteissa esiintyviä vaikeita asiakaspalvelutilanteita tutkittaessa on tunnistettu seuraavan tyyppiset vaikeat asiakkaat: vihamielisaggressiiviset, valittajat, hiljaiset ja reagoimattomat, negativistit, kaikkietävät asiantuntijat ja päättämättömät.

(Hokkanen, Karhunen & Luukkainen 2011, 331–334)

5 KOTKAN K-RAUDAN NOUTOPIHA

5.1 Noutopihan toiminta

5.1.1 Kalusto

Kotkan K-raudalla on vuokraus- ja huoltosopimus Toyota Material Handling Finlandin kanssa. Noutopihalla on kaksi dieselkäyttöistä vastapainotrukkia (kuva 1.) ympäri vuoden, toinen isompi ja toinen pienempi, molemmat vuoden 2007 mallia. Trukit ovat rentall-vuokraussopimuksen alaisia, joka sisältää trukkien huollot, korjaukset ja tarvikkeet sekä varaosat. Sopimus ei kuitenkaan kata itse aiheutettuja eikä tuottamuksellisia särkymisiä, polttoaine- eikä rahtikustannuksia. Trukkien vuokraajan tulee huolehtia päivittäisistä ja viikoittaisista huoltotarpeista, kuten puhdistuksesta ja moottoriöljyn ja veden määrän tarkistuksista. Vuokraajan tulee myös itse vakuuttaa trukit ja edunsaajana on Toyota Material Handling Finland Oy. Trukkien vuokra-aika on 60 kk eli viisi vuotta ja käyttötunteja saa tulla maksimissaan 1250 tuntia vuodessa. (Vättö 2012)



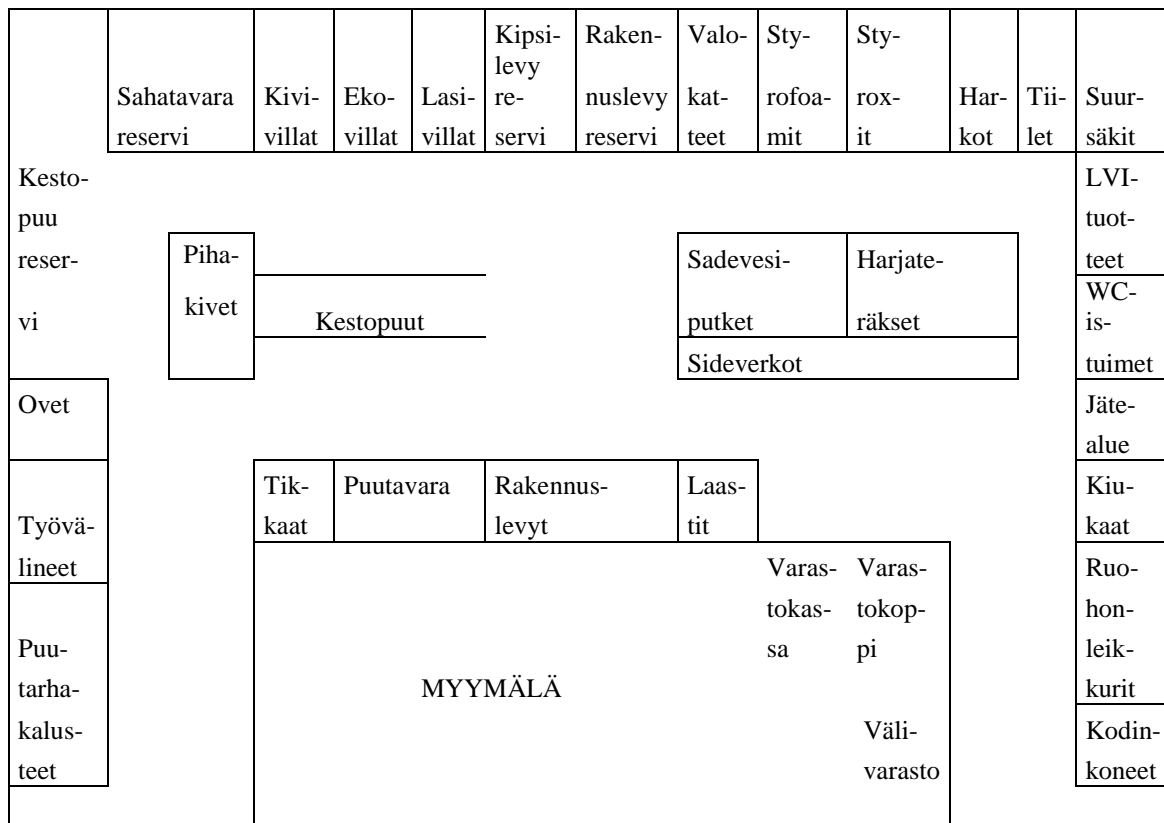
Kuva 1. Vastapainotrukit

Suurempi haarukkatrukki on nostokyvyltään 4,5 tonnia ja se on varustettu jatkopiikeillä. Jatkopiikkien ansiosta kuorma-autot voidaan purkaa kokonaan toiselta sivulta, mikä nopeuttaa lastin purkamista, mutta toisaalta heikentävät trukin nostokykyä. Pienempi haarukkatrukki on nostokyvyltään 2,5 tonnia. Se on normaalin trukin kokoinen ja sillä mahtuu kääntymään hyllyväleissä, mikä ei isommalla trukilla onnistu. Kesäkuukausina noutopihalla on lisäksi kausikone, joka on samaa kokoluokkaa kuin tämä pienempi trukki. (Vättö 2012)

5.1.2 Asiakaspalvelu

Noutopiha on suljettu alue, jonne pystyy ajamaan sisäänkäynnistä, jossa on automaattisesti avautuva puomi. Ulosajo tapahtuu toiselta puolelta pihaa, jossa vastassa on myös puomi. Ulosajopuomi avautuu ulosajokoodilla, varastokopissa olevasta kytkimestä tai kaukosäätimestä, mutta tällöin puomiin pitää olla suora näköyhteys. Noutopiha on suunniteltu siten, että sitä kierretään yhteen suuntaan, tässä tapauksessa vastapäivään, jolloin liikenteestä saadaan sujuvampi eivätkä autot aja toisiaan vastaan.

Ulompi reitti on tarkoitettu raskaalle liikenteelle, keskialueella kestopuiden ja sadevesiputkien välisellä alueella pyritään purkamaan tulevat kuormat ja lastaamaan asiakkaille lähtevät kuormat. Uloimmalle reitille on sijoitettu vähemmän myytävät tuotteet ja paljon myytävien tuotteiden reservit. Sisempi reitti on tarkoitettu kevyelle liikenteelle ja sen varrelle on sijoitettu eniten myytävät tuotteet. Kuvassa 2 on esitelty Kotkan K-raudan noutopiha, ja siitä käy ilmi myös tuotteiden sijoittelu noutopihalla. Tyhjät alueet ovat asfaltoituja kulkureittejä ja massa-alueita. (Vättö 2012)



Ulosajo

Sisäänajo

Kuva 2. Kotkan K-raudan noutopiha

Noutopiha toimii kahdella eri tavalla. Jos asiakkaalla on valmiiksi maksettu kuitti hänen haluamista tuotteista, varastomies antaa hänelle nämä tuotteet, jotka hän on jo kassalla maksanut. Kun asiakkaan tavarat on lastattu kyytiin ja merkattu kuittiin, että tuotteet on saatu, varastomies avaa asiakkaalle ulosajopuomin, jolloin asiakas pääsee ajamaan ulos noutopihalta.

Asiakas voi myös halutessaan tulla suoraan noutopihalle ja kertoa varastomiehelle, mitä tuotteita hän sieltä tarvitsee. Tällöin varastomies lastaa asiakkaan haluamat tuotteet autoon ja tekee keräilymääräyksen näistä tuotteista kassalle, minkä jälkeen hän

käy merkitsemässä keräilymääräykseen, että tavarat ovat jo asiakkaalla kyydissä. Tämän jälkeen asiakas maksaa nämä tuotteet kassalle, jossa on varastomiehen tekemä keräilymääräys niistä. Koska varastomies merkitsi tuotteet saaduiksi keräilymääräykseen, antaa kassahenkilö asiakkaalle, hänen maksettuaan tuotteet, ulosajokoodin, jolla asiakas pääsee itse pois noutopihalta. Ulosajokoodi näppäillään numerotauluun, joka sijaitsee ennen ulosajopuomia vasemmalla puolella. (Vättö 2012)

5.1.3 Kuormien purkaminen

Noutopiha toimii myös varastona sisällä myytävillä tuotteilla. Kaikki myymälässä ja noutopihalla myytävät tuotteet saapuvat kuorma-autoilla noutopihalle, jossa varastomiehet purkavat ja tarkastavat nämä. Suurin osa tuotteista tulee Keskon kautta, koska K-rauta on osa Kesko-konsernia ja Keskolla on oma tuotevalikoima, jota K-raudassa myydään. Keskosta saapuvat kuormat tulevat maanantaisin ja torstaisin, lisäksi päivittäin tulee muita kuljetuksia eri puolilta Suomea ja ulkomailta. Esimerkiksi saunan laudepuut ja saunapaneelit, jotka ovat melko suosittuja tuotteita, tulevat kuorma-autoilla suoraan Virosta.

Yleensä pyritään siihen, että tilataan valmistajalta täysi kuorma tuotteita, jolloin rahtikustannukset saadaan minimoitua. Tällöin kuitenkin kuormien purkaukset vievät paljon aikaa, jopa tunteja, mistä seuraa pahimmassa tapauksessa se, että useita kuorma-autoja on jonossa odottaen purkausta sekä näiden lisäksi normaaliin tapaan asiakkaita odottaen nopeaa palvelua. Kuvassa 3 on nähtävissä tilanne, jossa varastomies purkaa täyttä kipsilevykuormaa ensimmäisestä kuorma-autosta ja toinen kuorma-auto odottaa jo takana kestopuukuorman purkamista. Yleensä yksi varastomies purkaa yhtä kuormaa, koska muuten asiakasjonot kasvaisivat kohtuuttoman pitkiksi. Monesti myös trukkeja käytetään asiakaspalvelun yhteydessä, joten kaikkia trukkeja ei voi käyttää purkamiseen samanaikaisesti. (Miinala 2012)



Kuva 3. Kuorma-auton purkaminen

5.1.4 Saapuva tavara

Saapuva tavara, varsinkin myymälään menevä, tarkistetaan sisätiloissa - välivarastossa. Saapuvat tavarat tarkistetaan PDA-laitteella (Personal Digital Assistant) eli kämmentietokoneella, joka vertaa saapuneita tuotteita ostotilaukseen. PDA:lla luetaan tuotteen viivakoodi tai siihen näppäillään tuotteen tuotenumero. Kun PDA tunnistaa tuotteen, sen jälkeen siihen näppäillään saapuneiden tuotteiden määrä. Kun kaikki tuotteet on saatu tarkastettua, PDA-laitteeseen kerätyt tiedot siirretään tuloutukseen. Kaikissa tuotteissa ei kuitenkaan ole mahdollista suorittaa tarkastusta tällä tavalla, jos myyjä, joka on tilannut tuotteet, ei ole tehnyt tuotteista ostotilausta. Tämän seurauksena PDA ei tunnista tuotteita. Tällöin lähetyslistaa verrataan tuotteisiin ja tarkistetaan manuaalisesti, että tuotteet ja kappalemäärät täsmäävät. Tämän jälkeen lähetyslistaan merkitään käsin, täsmäävätkö tuotteet ja määrät, minkä jälkeen lähetyslista viedään tuloutukseen. Tästä seuraa välillä tilanteita, että vaikka tuote täsmää lähetyslistassa olevaan tuotteeseen niin silti tuote on eri, kuin sen alun perin piti olla. Myyjät myös ilmoittavat omatoimisesti suoraan asiakkaille, että Keskon kuorma, jota odotetaan eniten saapuvaksi, on pihassa ja tavarat ovat saapuneet. Tämä aiheuttaa sen, että asiakas

tulee noutamaan tuotteitaan, mutta niitä ei ole vielä tarkistettu tai löydetty kuormasta. (Niemi 2012)

Väliavarastoa käytetään myös tilattujen tavaroiden, asiakkaille valmiiksi kerättyjen tavaroiden sekä kylpyhuonekalusteiden säilyttämiseen. Väliavarasto on noin 60 m² kokoinen, joten se jää usein liian pieneksi tavaramäärään nähden ja näin ollen tarkastamattomia tavaroita joudutaan usein säilyttämään ulkona tai trukkihyllyjen välissä. Tämä puolestaan aiheuttaa sen, että hyllyvälিকöt ruuhkautuvat ja tarkastamattomat ja tarkastetut tuotteet voivat mahdollisesti mennä sekaisin. Tiedetyt tuotteet, esimerkiksi laminaatit ja maalit, tulee säilyttää lämpimässä, minkä vuoksi ne tulisi pystyä siirtämään väliavarastoon suoraan kuorma-auton purkauksen yhteydessä. Aina tämä ei ole kuitenkaan mahdollista, jos väliavarastossa ei ole tilaa. (Niemi 2012)

5.2 Noutopihan valvonta

Noutopiha on tarkoin vartioitu alue, jota varastomiehet valvovat asiakaspalvelun ohella. Minkään auton tai kenenkään ihmisen ei tulisi päästä ulos noutopihalta, ellei joku varastomiehistä tiedä, mitä asiakkaalla on kyydissä ja onko tavarat maksettu ja kuitattu saaduksi. Jos käy niin, että asiakas ottaa tavarat kyytiin ja varastomies päästää asiakkaan ulos niin, ettei hän ole kuitannut asiakkaalla olevia tavaroita saaduksi, asiakas voi tulla myöhemmin hakemaan samaa tavaraa samalla kuitilla uudestaan. Tämä tilanne tuottaisi suurta tappiota yritykselle sekä aiheuttaisi sekaannusta varastosaldoihin.

Noutopihalla on useita kameroita, kiinteitä ja automaattisesti liikkuvia, joilla varastomiehet pystyvät valvomaan pihalla tapahtuvaa toimintaa. Kamerate helpottavat varastomiesten työskentelyä heidän palvellessaan asiakkaita, mutta ne myös auttavat varastomiehiä valvomaan, ettei kukaan varasta mitään. K-raudassa on myös vartija, joka käy aika ajoin myös varastossa vartioimassa. Yöaikaan alueella on liikkeen tunnistimia, jotka havaitsevat ylimääräiset liikkeet, esim. murtovarkaat. (Vättö 2012)

5.3 Tuotteet

Kotkan K-raudan noutopihalla on kattava tuotevalikoima erilaisia tuotteita, kuten

- laasteja
- bitumikatteita
- rakennuslevyjä
- eristelevyjä
- puutavaraa
- pihakiviä
- tiiliä
- grillejä
- puutarhakalusteita ja pihatuotteita
- ovia
- kiukaita
- LVI-tuotteita
- perustustarvikkeita
- ruohonleikkureita
- sähkötyövälineitä.

Vaikka kyseessä onkin rautakauppa, tarjolla on myös paljon erilaisia kotona ja vapaa-ajalla tarvittavia tuotteita. Jos asiakas ei löydä myymälän valikoimasta itselleen sopivaa tuotetta, myyjät pystyvät tilamaan sen hänelle. (K-rauta Kotka)

6 TUTKIMUSONGELMAT SEKÄ NIIDEN RATKAISEMINEN

6.1 Kysely asiakkaille

Asiakastyytyväisyyskyselyn päätin toteuttaa siitä syystä, että on tärkeää saada asiakkaiden mielipiteitä noutopihan toimivuudesta ja kehittämisestä, koska varastomiehet ovat siellä asiakkaita varten. Jos asiakkaat eivät ole tyytyväisiä toimintaan, se heijastuu välittömästi kaupan myyntitulokseen ja maineeseen.

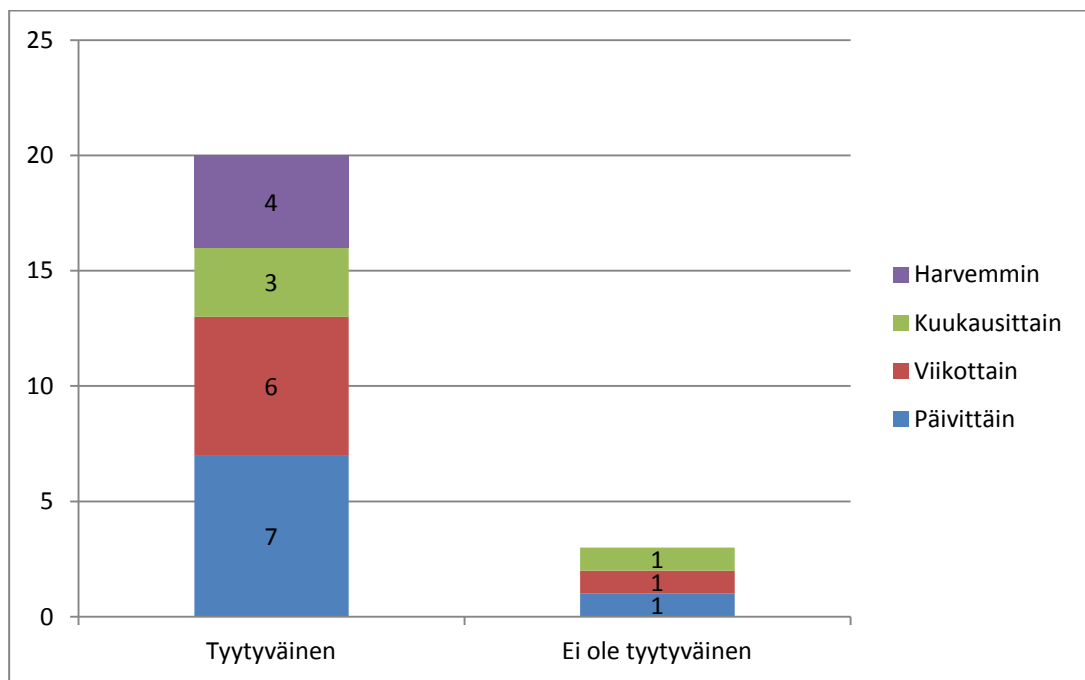
6.1.1 Kyselyn toteutus

Asiakkaiden kyselylomake oli jaossa tammikuun ajan varastokassalla, jossa asiakas sai halutessaan täyttää kyselylomakkeen. Kyselylomake oli lyhyt ja nopea täyttää, sillä useimmilla asiakkailla on kiire. Tämä kyselylomake on tämän opinnäytetyön liitteenä

1. Kyselylomakkeessa oli kolme nopeaa monivalintakysymystä: Kuinka usein käytte noutopihalla? Oletko tyytyväinen saamaasi palveluun? sekä monivalintakysymys noutopihan kehitettävistä kohteista. Vastauksia kertyi yhteensä 23 kappaletta.

6.1.2 Kyselytulokset ja tulosten analysointi

Kyselyyn vastasi 23 asiakasta. Vastauksia kertyi yllättävän vähän, vaikka kassatyöntekijöitä oli ohjeistettu kertomaan meneillään olevasta asiakaskyselystä jokaiselle asiakkaalle. Talviaika vaikutti myös vastauksien laatuun ja määrään, koska ihmisiä on talvella huomattavasti vähemmän liikkeellä kuin kesäaikana, jolloin noutopihalla on ruuhkaisempaa. Kuvassa 4 on esitelty, kuinka usein kyselyyn vastanneet asiakkaat asioivat Kotkan K-raudan noutopihalla ja kuinka moni heistä oli tyytyväisiä tai tyytymättömiä noutopihalla saamaansa palveluun.

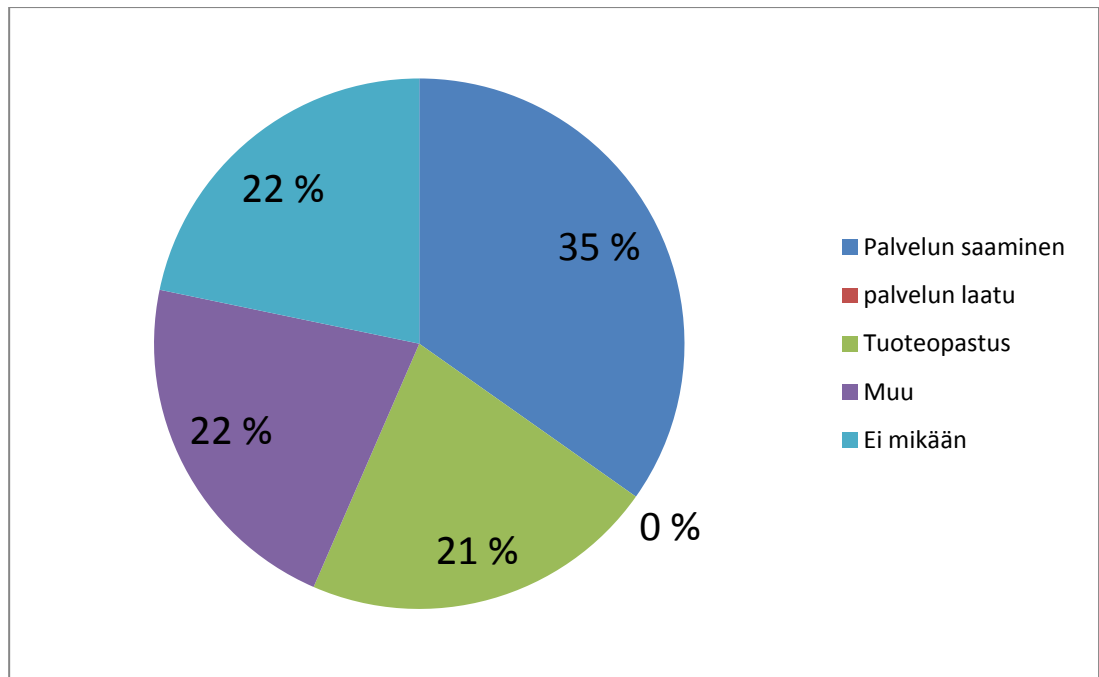


Kuva 4. Asiakkaan asiointitiheys noutopihalla

Kyselyyn vastanneista 87 % oli tyytyväisiä saamaansa palveluun Kotkan K-raudan noutopihalla. Kun katsoo kuvaa 4, voi huomata, että mitä useammin asiakas asioi noutopihalla, sitä tyytyväisempi hän on saamaansa palveluun. Syy tähän voi olla se, että rakennusliikkeet ym. ammattirakentajat käyvät päivittäin asioimassa noutopihalla ja he tietävät, mitä tarvitsevat ja mistä tuotteet löytyvät noutopihalta.

Kyselylomakkeessa pyydettiin myös perustelemaan, miksi asiakas ei ole tyytyväinen saamaansa palveluun, eli jos asiakas oli vastannut kyseiseen kysymykseen, että hän ei ole tyytyväinen, häntä pyydettiin perustelemaan vastauksensa. Asiakkaat perustelivat tyytymättömyyttään esimerkiksi siten, että ruuhka-aikana noutopihan palvelu on hidasta sekä varastomiehiä on liian vähän. Näin ollen asiakkaiden näkemä suurin ongelma noutopihalla on varastomiesten riittämätön määrä. Jos varastomiehiä olisi enemmän, ei suuria ruuhkia ehtisi muodostua, mutta tällöin hiljaisempaan aikaan varastomiehiä olisi aivan liian paljon asiakasmääriin nähden. Kaikki nämä asiakailta saadut perustelut liittyvät kuitenkin siihen, että heidän varastossa saamansa palvelu on liian hidasta.

Kuvassa 5 on esitetty noutopihan kehitystä vaativat kohteet prosentteina asiakkaiden vastausten mukaisesti. Suurimmaksi ongelmaksi koettiin palvelun saaminen 35 %:n osuudella vastauksista. Kolme seuraavaksi suurinta kehitystä vaativaa kohdetta saivat ääniä suurin piirtein yhtä paljon. Vaihtoehdot ei mikään, tuoteopastus sekä jotkin muut kohteet saivat kukin hieman yli 20 % äänistä. Vähiten ääniä sai palvelun laatu, joka ei saanut asiakkailta yhtään ääntä. On tärkeää, että palvelu on ruuhka-aikanakin laadukasta, mihin myös K-rauta Kotkan noutopihalla on panostettu. Jos pihalla on ruuhkaa, jättää varastomies esimerkiksi oman kahvitaukonsa väliin, sillä asiakkaiden palveleminen mahdollisimman nopeasti ja laadukkaasti on yksi varastomiesten tärkeimmistä tehtävistä.



Kuva 5. Noutopihan kehitettävät kohteet

Palvelun saamisen suurin äänimäärä johtuu varmasti siitä, että se on asiakkaille kaupassa asioitaessa näkyvintä ja tärkeintä. Palvelun saamiseen liittyy myös esimerkiksi tuoteopastus, sillä se on osa palvelua ja tuo siihen lisäarvoa. Varastomiehet pyrkivät palvelemaan asiakkaita järjestyksessä aloittaen heistä, jotka ovat odottaneet kauimmin. Ruuhka-aikana tämä on kuitenkin osittain mahdotonta, sillä varastomies ei voi työn tohinassa aina huomata, kuka asiakkaista on tullut ensin noutopihalle.

Monet rautakaupan asiakkaat olettavat saavansa palvelua saman tien ja eivät tahdo jaksaa odottaa vuoroaan edes viittä minuuttia. Jos palvelua ei saada heti, on rautakauppa automaattisesti huono, mutta esimerkiksi perjantaina ruokakaupan kassajonossa lähes jokainen asiakas jaksaa jonottaa kymmenenkin minuuttia tarvittaessa.

Asiakkaista 21 % haluaisi parempaa tuoteopastusta noutopihalla. Varastoon on sijoitettu muutama tuotetietotaulu. Esimerkiksi noutopihalta myymälään sisään mentäessä oikealle puolelle seinään on sijoitettu tuotetietotaulut harkoista, rakennuslevyistä sekä kestopuusta. Laastivälin hyllyjen päätyihin on myös laitettu tuotetietotaulut, joista selvää nopeasti tuotteen ominaisuudet ja mihin tuote soveltuu käytettäväksi. Varastomiehet saavat joistakin tuotteista lyhyen tuotekoulutuksen edustajilta, mutta suurin vastuu asiakkaiden tuoteopastuksessa kuuluu kuitenkin osastojen myyjille. He ovat perehtyneet osastojen tuotteisiin paremmin sekä ongelmatilanteissa he voivat katsoa

tarkemmat tiedot tuotekansioista, Internetistä tai soittaa kyseisen tavaran edustajalle. Usein käykin niin, että varastomies joutuu soittamaan ongelmatilanteissa sisämyyjälle kysyäkseen neuvoa tai lähettää asiakkaan osaston palvelutiskille. Noutopihan työntekijöiden pääasiallinen työnkuva on tuotteiden antaminen asiakkaille ja tuoteopastusta pyritään antamaan siinä sivussa parhaan mukaan, mutta koska varastossa on jokaisen osaston tuotteita, olisi varastomiesten mahdotonta osata jokaisen tuotteen tuotetiedot ulkoa.

22 %:ssa saaduista vastauksista ei nähty parannettavaa noutopihalla, vaan kaikki toimi kuten pitääkin. Näin vastanneet ovat varmasti käyneet rautakaupan noutopihalla useammin kuin kerran ja näin ollen he tietävät, kuinka asiat siellä toimivat.

Asiakkaat, jotka valitsivat noutopihan kehittämiseksi kohdan jokin muu, vastasivat haluavansa parannusta hintoihin, lisää varastomiehiä noutopihalle, parannusta tarjousten näkyvyyteen sekä kertalavat sateen suojaan. Hintojen parannus ja kertalavojen laittaminen sateensuojaan eivät kuitenkaan vaikuta noutopihan toiminnan kehittämiseen. Suurin osa tarjoustuotteista on merkitty tarjoushinalapulla, mutta välillä on jokin tarjous jäänyt merkitsemättä. Usein asiakkaat tulevat suoraan noutopihalle ja haluavat ostaa esimerkiksi juuri sen tarjouksessa olevan roska-astian. Jos varastomiehille ei ole informoitu kyseisestä tarjouksesta tai tarjousta ei syystä tai toisesta ole merkitty näkyviin, joutuu varastomies soittamaan myyjille tai tarkistamaan asian tarjouslehdessä, jolloin yhden asiakkaan palvelemiseen menee kauemmin kuin normaalisti.

K-raudan markkinointiosasto tekee mainokset tarjouksista ja laittaa tarjoushinnat koneelle. Tuotteille tehdään tarjousjulistet ja ne toimitetaan osastoille; pihatuotteiden tarjousjulistet toimitetaan niitä myyville sisäosastoille. Noutopihalle mainosjulisteita ei toimiteta ollenkaan. Lehtimainoksista tulostetaan kopiot sisääntuloaulan ilmoitustaululle, jokaiselle sisäosastolle, kassoille ja henkilökunnan taukotilan seinälle. Plussatarjouksien hinta tulee huomioida jo keräilymääräystä tehtäessä, koska keräilymääräykseen tulevaa hintaa ei enää voi muuttaa, vaikka plussakorttia höylättäisiin kortinlukijassa. Jos tuote ostetaan kuitenkin suoraan kassalta, hinta muuttuu oikeaksi kortin höyläyksen jälkeen. (Korsu 2012)

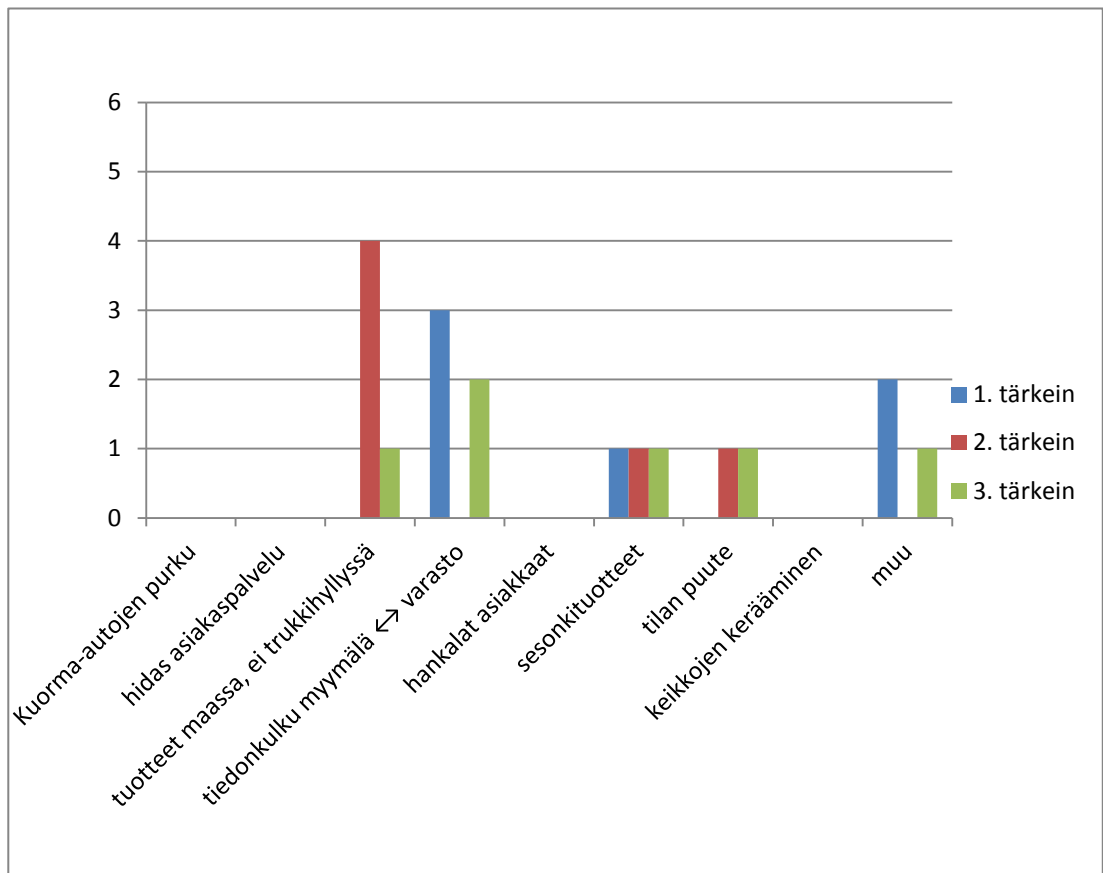
6.2 Kysely noutopihan työntekijöille

6.2.1 Kyselyn toteutus

Toinen kysely suunnattiin noutopihan työntekijöille. Kotkan K-raudan varastotyöntekijät täyttivät kirjallisesti lyhyen kyselylomakkeen. Tämä kyselylomake on opinnäytetyön liitteenä 2. Kyselylomake oli lyhyt, se sisälsi yhden monivalintakysymyksen, jotta varastomiehet ehtivät täyttää tämän töidensä lomassa. Monivalintakysymyksessä vastaajan piti valita omasta mielestään noutopihan kolme suurinta ongelmaa sekä perustella merkitsemänsä ykkösvalinta. Vaihtoehtoja oli kahdeksan sekä näiden lisäksi kohta: jokin muu. Nämä vaihtoehdot kokosin omien havaintojeni sekä asiakkailta saamani palautteen perusteella. Vaihtoehtoina olivat seuraavat kohdat: kuorma-autojen purkaminen, hidas asiakaspalvelu, tuotteet maassa, ei trukkihyllillä, tiedonkulku myymälän ja varaston välillä, hankalat asiakkaat, sesonkituotteet, tilan puute, kuljetuskeikkojen kerääminen sekä jokin muu.

6.2.2 Kyselytulokset ja tulosten analysointi

Vastaukset saatiin jokaiselta kuudelta varastomieheltä ja niistä muodostui selvä kuva noutopihan ongelmakohdista varastotyöntekijöiden silmin.



Kuva 6. Kyselyvastausten jakautuminen tärkeyden mukaan

Kuvassa 6 on esitetty varastomiesten vastausten jakautuminen kaikkien vastausvaihtoehtojen välillä. Kuvasta 6 voi hyvin havaita, että vastaukset jakautuivat vain viiden vaihtoehdon välille. Kohdat kuorma-auton purkaminen, hidas asiakaspalvelu, hankalat asiakkaat sekä kuljetukseen lähtevien keikkojen kerääminen eivät saaneet yhtään vastausta. Tämä johtuu varmasti siitä, että esimerkiksi kuorma-autojen purku ja lähtevien keikkojen kerääminen sujuvat varastomiehiltä yleensä helposti ja rutiinilla, vaikka ne eivät välttämättä ole edes jokapäiväisiä työtehtäviä. Näiden työtehtävien sujuvuutta hankaloittaa kuitenkin esimerkiksi se, että tuotteet ovat maassa ja tilat ovat ahtaat, jolloin sujuva ja nopea purkaminen trukkihylyihin ja trukkihylyistä kerääminen on lähes mahdotonta. Myös sesonkituotteet vaikuttavat siihen, että noutopihan tilat ovat ahtaat. Tällöin itse ongelma ei ole esimerkiksi kuorma-autojen purkaminen vaan juuri se, että purkua ei voida suorittaa nopeasti, koska ei ole tarpeeksi tilaa.

Asiakaspalveluun liittyvät kohdat eivät myöskään saaneet yhtään ääntä. Syynä tähän on varmasti se, että asiakaspalvelu on varastomiesten ydintehtävä ja vaikka varastomiehillä on kiire ja ruuhkaa syntyy, silti pyritään palvelemaan asiakkaita mahdoli-

simman hyvin. Jotta asiakkaalle saadaan hänen haluamansa tuote nopeasti, tulee tuotteiden olla kuitenkin oikealla paikalla, ettei varastomiehen tarvitse etsiä tuotetta muualta.

Varastomiesten vastaukset pisteytettiin siten, että ensimmäiseksi tärkein kohta sai kolme pistettä, toiseksi tärkein kohta sai kaksi pistettä ja kolmanneksi tärkein kohta sai yhden pisteen. Tästä muodostui taulukko 1.

Taulukko 1. Kyselyvastausten yhteispisteet

vastaus	vaihtoehto 1 3 pistettä	vaihtoehto 2 2 pistettä	vaihtoehto 3 1 piste	yhteensä
Tuotteet lattioilla, ei trukkihyllyssä	0	8	1	<u>9</u>
Tiedonkulku myymälän ja noutopihan välillä	9	0	2	<u>11</u>
sesonkituotteet	3	2	1	<u>6</u>
tilan puute	0	2	1	<u>3</u>
muu: resurssit, työ- voimapula	6	0	1	<u>7</u>

Taulukko 1 osoittaa noutopihan työntekijöiden kannalta, että tiedonkulku myymälän ja noutopihan välillä on suurin ongelma varastomiesten työskentelyn kannalta. Toiseksi suurin ongelmakehto on se, etteivät tuotteet ole trukkihyllyissä, vaan niitä lojuu maassa ja trukkihyllyjen kapeissa väliköissä. Kolmanneksi eniten pisteitä sai kohta muu, johon oli laitettu resurssi- ja työvoimapula. Sesonkituotteet, joka sai neljänneksi eniten pisteitä, liittyy vahvasti myös siihen, etteivät tuotteet ole trukkihyllyssä. Toiseksi ja neljänneksi eniten ääniä saaneiden vaihtoehtojen ongelmat ovat syy siihen, ettei ole tilaa tarpeeksi tuotevalikoimalle, joka sai vähiten ääniä.

Ensimmäinen suurin ongelmakohta, tiedonkulku myymälän ja noutopihan välillä, sai kolme varastomiestä laittamaan sen ensimmäiseksi vaihtoehdoksi. Valintaa perusteltiin seuraavasti: Varastomies ei löydä tavaroita, jotka sisämyyjä on jo kerännyt asiakkaalle valmiiksi, koska siitä ei ole ilmoitettu varastomiehille tai asiakas tulee noutopihalle noutamaan tavaraa, mutta tavara onkin myymälän sisällä, eikä myyjä ole kerännyt sitä valmiiksi.

Kun tieto ei kulje noutopihan ja myymälän välillä, suurin kärsijä on asiakas, ja näin sen ei pitäisi olla. Usein asiakas tulee noutopihalta hakemaan tavaraa, jonka hän on varannut aikaisemmin sisämyyjältä. Voi olla, että myyjä ei ole tehnyt keräilymääräystä tuotteista, vaan on kerännyt ne valmiiksi tiettyyn paikkaan, josta myyjä ei ole muistanut kertoa riittävän selvästi varastomiehille, ja silloin varastomiehillä menee kyseisen tavarantoimittajan etsimiseen turhaa aikaa.

Toiseksi suurin ongelmakohta varastomiesten mielestä oli se, etteivät tuotteet ole paikoillaan. Kun tuotteet eivät ole paikoillaan trukkihyllyissä, vaan lattioilla, se aiheuttaa usein ongelmatilanteita. Jos tuotteet eivät ole omalla paikallaan, varastomiehiltä menee ylimääräistä aikaa kyseisen tuotteen etsimiseen tai tuotteen saamiseksi trukkihyllyn takaosasta. Ongelmatilanteena voidaan pitää myös sitä, kun tulee sadekuuro. Kun kuorma-auto puretaan, niin usein tavarat joudutaan jättämään ulos odottamaan tarkastusta. Tämä johtuu siitä, että välivarasto, jossa tuotteet tarkistetaan, ei ole riittävän tilava saapuvalle tavaralle. Vesi on useille tuotteille haitallista, ja silloin ulkona olevat tuotteet pitäisi saada sateelta suojaan, mutta varastossa ei juuri ole ylimääräistä tilaa, jos edellisiä tuotteita ei ole laitettu paikoilleen trukkihyllyihin, vaan ne ovat hyllyväleissä maassa. Sesonkituotteet aiheuttavat sen, että niitä joutuu säilyttämään maassa, sillä nopeasti vaihtuville sesonkituotteille ei välttämättä ole omaa paikkaa, johon ne laitetaan. Nämäkin asiat johtuvat tilanpuutteesta, joka puolestaan hidastaa asiakaspalvelua.



Kuva 7. Uusi tuote varastoon

Kuvasta 7 nähdään, miten saattaa käydä, kun uusi tuote otetaan varastoon ilman, että sille on varattu riittävästi tilaa. Tilanpuute sai kuitenkin vasta viidenneksi eniten ääniä.

Kolmanneksi tuli kohta jokin muu, jossa tuli myös kertoa, mitä tällä tarkoitetaan. Kaksi varastomiestä laittoivat ongelmaksi resurssien puuttumisen. Ensimmäinen perustelu oli, että ei vaan riitä työntekijöitä heti joka hommaan. Toisena perusteluna oli, että talous- ja kilpailutilanteesta johtuva resurssivaje vaikeuttaa kaikkia toimintoja → ”kaiva kuoppa ilman lapiota”.

Resurssipula ja työvoiman vähyys aiheuttaa väistämättä sen, että töiden tekemiseen menee enemmän aikaa, mutta silti kaikki työtehtävät pitäisi tehdä välittömästi. Esimerkiksi kuorma-autot täytyy purkaa välittömästi, vaikka piha olisi täynnä asiakkaita. Varsinkin kesäaikana resurssipula ja työvoiman vähyys korostuvat huomattavasti enemmän verrattuna talviaikaan, jolloin asiakkaita on huomattavasti vähemmän.

7 JOHTOPÄÄTÖKSET

Kyselytulosten ja asiantuntijahaastattelujen perusteella saatiin selville noutopihan suurimmat ongelmakohdat, jotka kaipaisivat parannusta.

Noutopihalle tulisi laittaa paremmin tuotteiden tiedot esille käyttäen tuotetietotauluja, joista ilmenee tuotteiden tärkeimmät tiedot. Jos tällaisia tauluja olisi näkyvillä, asiakas voisi itse saada mielikuvan siitä, mitä tuotetta hän tarvitsee, ja lastata jo tavaran kyytiin. Jos asiakas ei ole vielä varma, mikä on hänelle sopivin tuote, niin siinä vaiheessa varastomiehen kanssa mietitään yhdessä sopiva tuote ja tarvittaessa selvitetään se. Tuotetaulussa voisi olla myös teksti kysyä lisätietoja osaston myyjältä, koska se on heidän pääasiallinen tehtävänsä.

Kämmmentietokone, johon olisi tallennettu kaikkien tuotteiden tiedot, voisi olla varastomiehelle hyvä apuväline tilanteisiin, joissa tuotteesta tarvitaan enemmän tietoa. Kämmmentietokone tulisi olla myös liitettynä varasto- ja kassajärjestelmään, jotta näkisi suoraan tuotteiden hinnat ja varastosaldot. Kämmmentietokoneessa voisi olla myös muita varastomiehiä helpottavia toimintoja, kuten laskin, menekinlaskemisohjelma esimerkiksi puutavaralle sekä laastille ja Internet-yhteys tuotetietojen etsimiseen.

Tiedonkulkuun noutopihan ja myymälän välillä tulisi tehdä merkittäviä parannuksia. Varasto on yksi osasto yrityksessä, ilman varastomiehiä tavaraa ei tulisi myytäväksi eikä tavaraa myytäisi varastosta, mutta silti yrityksen sisäinen tieto ei jostain syystä saavuta varastomiehiä. Markkinointipuolen tulisi toimittaa kaikkien tarjouksessa olevien tuotteiden hintalaput myös varastokoppiin, jolloin varastomiehet tietäisivät, mitkä tuotteet ovat tarjouksessa ja voisivat laittaa hintalaput tuotteiden viereen. Koska noutopihalla vallitsee erilaiset sääolosuhteet, tarjousjulisteet tulisi laminoida ja toimittaa varastomiehille, jotka laittavat ne paikoilleen. Tällainen toimenpide säästää paljon varastomiesten ja asiakkaiden aikaa, koska varastomiesten ei tarvitse alkaa selvittää esimerkiksi, mikä jätteistä on ollut lehdessä tarjouksessa.

Yleinen ohjeistus koko henkilökunnalle, kun myydään asiakkaalle tavaraa, voisi olla seuraavanlainen:

1. Tehdään keräilymääräys ja kerätään tuotteet valmiiksi, jos ne noudetaan myöhemmin.
2. Merkitään keräilymääräykseen tarvittavat lisätiedot, jotka helpottavat varastomiestä. Esimerkiksi, jos on myyty malli pöytäsaha, niin merkitään keräilymääräykseen, että kyseessä on malli ja mistä se löytyy. Jos asiakkaalle on kerätty tuotteet valmiiksi, merkitään keräilymääräykseen, mihin ne on kerätty.
3. Keräilymääräykset tulisi ehdottomasti säilyttää kassalla eikä pitää niitä tuotteessa kiinni, muuten tuotteen ja keräilymääräyksen etsimiseen tuhlaantuu aikaa aivan turhaan.

Edellinen ohjeistus on toimiva, kun palvellaan asiakasta. Myös kaikki muu tieto, joka on varastomiehille tarpeellista, tulisi kirjoittaa paperille ja toimittaa se varastoon, eikä vaan sanoa sitä ohimennen kiireiselle varastomiehelle, koska silloin asiat helposti unohtuvat. Esimerkiksi, kun tavarantoimittajalle palautetaan viallinen tuote, siitä pitää tehdä kunnollinen dokumentti, josta selviää tuote, vian laatu, tavarantoimittaja yms. Usein myyjien sopimat poikkeustilanteet, jotka poikkeavat ohjeistuksesta, aiheuttavat lähes aina ongelmatilanteita, sillä myyjä ei informoi kunnolla varastomiehiä aiheesta.

Tilan puute, tuotteet maassa ja sesonkituotteet liittyvät paljon toisiinsa. Pitäisikö tuotevalikoimaa pienentää, jotta varastossa ei olisi niin ahdasta? Esimerkiksi nykyään varastossa on niin paljon erilaisia ovia tarjolla, että ne eivät enää mahdu hyllyihin, joista ne jaetaan, vaan osa on maassa. Varastomiehillä ei ole aikaa hyllyttää tavaroita, mistä johtuu se, että tuotteet eivät ole trukkihyllyissä, vaan maassa, kuten kuvassa 8 on esitetty. Mutta mistä saadaan aikaa ilman, että asiakaspalvelu kärsii? Ainoa ratkaisu tähän saadaan palkkaamalla lisää varastomiehiä. Koska henkilökunnan palkkaaminen on yritykselle kallista, voisi miettiä tähän jonkunlaista ruuhka-aikojen ekstramiestä, joka voitaisiin kutsua noutopihalle töihin joltain muulta osastolta.



Kuva 8. Tuotteet maassa eikä trukkihyllillä

Resurssipulaan ja työvoiman vähyyteen on vain yksi ratkaisu: lisää työntekijöitä. Mutta se ei aina ole mahdollista erinäisistä syistä. Suurimpana syynä voidaan kuitenkin pitää taloustilanteen heikkenemistä ja laman pelkoa. Täytyy myös muistaa, että palkkoihin menee iso osa kaupan tuloista. Kesäaikana asiakkaita on huomattavasti enemmän kuin talvella ja nykyisellä varastomiesten määrällä kesäaika on varastomiehille fyysisesti hyvin rankkaa, koska ei ole aikaa pitää asianmukaisia taukoja. Ainakin kesäkuukausien ajaksi varastoon pitäisi palkata lisää varastomiehiä.

Sesonkituotteiden ongelma on se, että niille ei ole varattu varastosta kunnollista paikkaa, vaan ne on sijoitettu ympäri noutopihaa. Tuotteet tulisi sijoittaa lähelle samaa paikkaa ja sopia varastomiesten kesken, mihin ne laitetaan, jotta kaikki tietäisivät heti, mistä ne löytyvät. Monesti on myös ongelmia tunnistaa oikea tuote, joten kaikkiin sesonkituotteisiin ja muihinkin vaikeasti tunnistettaviin tuotteisiin tulisi ehdottomasti laittaa tuotenumero jo tavaraa tarkistettaessa.

Kalusto, jota noutopihalla käytetään, on suhteellisen hyvässä kunnossa, mutta pienempään trukkiin tulee paljon käyttötunteja. Vuokraussopimukseen on laitettu tietty käyttötuntimäärä, jonka ylittyessä joudutaan ylimenevistä tunneista maksamaan lisä-

maksuja, jotka eivät ole halpoja. Ratkaisuna tähän voisi olla se, että kausikone otettaisiin noutopihalle aikaisemmin keväällä ja pidettäisiin sitä pidempään, jolloin muiden trukkien käyttötunnit vähenevät. Monet noutopihalla olevat tuotteet ovat painavia ja usein varastomiehet joutuvat laskimilla laskemaan, voiko asiakkaan peräkärryyn lastata esim. 20 pakettia laminaattia. Huomattavasti nopeammin saisi tuotteen painon selville, jos trukissa olisi vaaka, joka mittaisi trukkipiikeillä olevan kuorman painon.

Kun Keskon kuorma saapuu noutopihalle, myyjien tehtävä ei ole ilmoittaa asiakkaalle, että kuorma on saapunut ja tavarat voi noutaa varastosta. Tavarat tarkistaja ilmoittaa asiakkaalle tekstiviestillä, että tavarat voi noutaa varastosta, kun kuorma on tarkistettu. Näin ollen vältytään asiakkaiden turhilta matkoilta K-rautaan, koska voi olla, että kuormaa ei ole ehditty tarkastaa tai tavara ei ole kuormassa, jos se on esimerkiksi tilapäisesti loppunut Keskon päävarastosta. Voi myös olla sellainen tilanne, että saapuvan tavarat vastaanotossa ei ole ketään tarkastamassa tavaraa, koska työaika on loppunut ja tavarat tarkistus jatkuu seuraavana päivänä. Asiakkaalle tilattu tuote voi myös olla sekatavaralavan alimmaisena, ja yleensä pyritään siihen, että lavat tarkistetaan kerrallaan ja tuotteet otetaan lavalta pois sitä mukaan, kun ne on tarkistettu, näin toimiessa varmasti jokainen tuote tulee tarkistettua. Voi olla myös mahdollista, että tuote on saanut lastauksen, kuljetuksen tai purkauksen aikana vaurion ja tuote täytyy reklamoida, minkä seurauksena asiakkaalle tilataan uusi tuote. Kun tuote tilataan uudestaan asiakkaalle, hänelle tulisi ilmoittaa, että tavara oli vaurioitunut ja uusi tulee mahdollisimman pian. Kun reklamoitu tuote saapuu, siitä laitetaan ilmoitus asiakkaalle. Jos asiakkaalle tai varastoon tilatuista tuotteista ei ole tehty ostotilauksia, asiakkaan mahdollisiin tiedusteluihin kyseisestä tavarasta tulee hankalaa, koska ei tiedetä esim. päivämäärää, milloin tuote on tilattu tai milloin tuotteen tulisi saapua. Tästä syystä myyjän, joka tilaa tuotteen, tulee aina tehdä ostotilaus tuotteesta välittömästi, kun tuote on tilattu.

Välivarasto on noin 60 m² kokoinen, minkä seurauksena se jää usein liian pieneksi. Saapuvat tavarat vievät paljon tilaa ja asiakkaille tilatut ja kerätyt tavarat ruuhkauttavat nopeasti välivaraston. Jos asiakas on vielä ostanut kylpyhuonekalusteryhmän, joka on vaikeasti saatavissa, varastomies voi joutua siirtelemään useita lavoja, jotta pääsee ottamaan tuotteen hyllystä. Varastomieheltä voi mennä jopa kolmekin kertaa pidempään, jotta saa tuotteen annettua asiakkaalle kuin jos tuote olisi helposti saatavilla.

Koska välivarastoa ei voi laajentaa, siitä tulisi tehdä tilavampi saapuvalle tavaralle ja muita tuotteita tulisi siirtää mahdollisuuksien mukaan myymälään ja noutopihan puolelle, jos tuotteita vaan saa säilyttää ulkotiloissa.

K-raudan suurimpana kilpailijana Kotkassa voidaan pitää Starkkia. Sitä pidetään yleensä edullisempana, mutta monet asiakkaat ovat tulleet K-rautaan ja huomanneet, että jotkut tuotteet ovat jopa K-raudassa edullisempia kuin Starkissa. Asiakkaat valittivat myös asiakaspalvelun hitautta Starkissa, minkä seurauksena he ovat siirtyneet K-rautaan.

Tein vierailun Starkin noutopihalle, jotta saisin hieman tarkempaa tietoa sen noutopihan toiminnasta. Alkuvaikutelma oli selkeä: ahdas halli, joka on heti noutopihan alus-
sa, ruuhkauttaa noutopihan hyvin nopeasti. Osa tavaroista on vaikeasti saatavilla ja useita tuotteita täytyy siirtää kulkuväylälle, jotta ne saadaan esille. Varsinainen tavar-
an ostaminen tapahtuu siten, että varastomies tekee asiakkaalle lapun, jossa on tuot-
teen nelinumeroinen koodi ja määrä. Noutopihan ulosajopuomin vieressä on kassa,
jonne annetaan varastomiehen tekemä lappu. Tämän jälkeen tuotteet maksetaan. Kun
tuotteet on maksettu, kassa avaa puomin ulosajoa varten. Tällaisen järjestelyn takia
ulosajoon muodostuu helposti pitkiäkin jonoja ja suuria ongelmia aiheuttaa myös se,
jos asiakas ei olekaan ottanut mitään varastosta. Tässä vaiheessa kassa soittaa varas-
tomiehille, saako asiakkaan päästää ulos. Vierailuni perusteella en löytänyt keinoja K-
raudan noutopihan parantamiseen.

Vuoronumerojärjestelmän käyttöönotto helpottaisi asiakkaiden palvelemista noutopi-
halla etenkin ruuhka-aikana, jolloin palvelu tapahtuisi saapumisjärjestyksessä, eikä
näin ollen syntyisi etu-
ilua. Järjestelmän tulisi kuitenkin olla niin helppokäyttöinen ja
ongelmaton, että asiakkaiden olisi vaivatonta käyttää sitä. Asiakas voisi esimerkiksi
saada vuoronumeron ajaessaan sisäänajopuomista noutopihalle tai varastokassan edus-
talta olevasta koneesta. Näissä molemmissa tavoissa on kuitenkin myös ongelmia, sil-
lä asiakas voi ottaa ensin vuoronumeron ja mennä sen jälkeen sisälle asioimaan, jol-
loin hänen palveluvuoronsa voi mennä ohitse ja hän joutuu ottamaan taas uuden vuo-
ronumeron joutuen näin ollen jonon perälle. Vuoronumerojärjestelmä edellyttäisi
myös sitä, että noutopihalle olisi asennettu digitaalinen näyttö, johon varastomiehet
voisivat vaihtaa aina palveltavan numeron. Tällöin sekä asiakkaat että varastomiehet

voisivat nähdä helposti, kenen vuoro on seuraavaksi ja milloin asiakkaan oma vuoro tulisi.

Noutopihan tuotevalikoimassa tapahtuu suuria muutoksia melko harvoin. Tällä hetkellä esimerkiksi villaeristeiden tuotevalikoimaa on suurennettu, mikä aiheuttaa sen, etteivät villaeristeet enää mahdu niille tarkoitettulle paikalle. Kiuasvalikoimaa on puolestaan supistettu, minkä seurauksena noutopihan toinen kiuasväli on osittain tyhjillään. Huonosti myyviä tuotteita tulisi poistaa tuotevalikoimasta säännöllisesti, jotta saataisiin lisää tilaa noutopihalle. Esimerkiksi Isokern-hormielementtejä myydään ainoastaan vajaa sata kappaletta vuodessa, mutta ne vievät paljon tilaa, sillä niitä on varattu varastoon niin paljon. Myös osan tuotteista, joita tällä hetkellä säilytetään varastossa katon alla, voisi siirtää ulos, jolloin saataisiin lisätilaa tuotteille, jotka eivät saisi kas-
tua.

Seuraavilla ratkaisuilla noutopihan tuotesijoittelusta saataisiin tehokkaampi: Nykyisessä suursäkkivälissä voisi jatkossa säilyttää sesonkituotteita ja asiakkaille tilattuja tavaroita, jos nämä eivät mahdu viralliseen tilatuille tavaroille tarkoitettuun verhoväliin. Suursäkit puolestaan sijoittuvat tyhjilleen jääneeseen toiseen kiuasväliin kiuaskivien kanssa. Kiukaat säilytetään jatkossa ainoastaan yhdessä verhovälissä, sillä niiden tuotevalikoimaa on supistettu. Isokern-hormielementit poistetaan kokonaan varastosta ja niiden nykyiselle paikalle laitetaan toinen rakennuslevyreservi, koska niille varattu tila jää liian pieneksi. Harvemmin myytäviä harkkoja säilytetään harjaterästen vieressä ulkona, minkä seurauksena saadaan paremmin tilaa paljon myytävälle harkkoille. Harkkoja tiivistettäessä saadaan myös lisätilaa rakennuslevyille. Täysiä styroxnoppia säilytetään jatkossa ulkona, koska ne eivät mene pilalle kosteuden vaikutuksista. Tällöin verhoväliin jätetään irtotavaraa pakettina styroksia, joista jaetaan asiakkaille irtotavaraa. Styroksien paikalle, jotka siirrettiin ulos, mahtuvat Ekovillat. Nykyiselle Ekovillojen paikalle siirretään kivivillat, joten näin saadaan molempien valmistajien kivivillat samaan paikkaan varastossa. Tällä tavoin kaikki villat mahtuvat katon alle, jolloin niitä ei enää tarvitse säilyttää ulkona. Kuvassa 9 on esitetty noutopihan tuotteiden sijainti muutosten jälkeen.

	Sahatavara reservi	Kivi- villat	Kivi- villat	Lasi- villat	Kipsi- levy re- servi	Raken- nuslevy reservi	Valo- kat- teet	Styro- foamit, Styroxit	Ekovillat ja rakennusle- vy reservi	Har- kot	Tii- let	Seson- kituot- teet
Kesto- puu reser- vi	Piha kivet	Kestopuut					Sadevesi putket	Harkot Harjateräkset				LVI- tuot- teet
							Sideverkot					WC-is- tuimet
Ovet												Jäte- alue
Työvä- lineet		Tik- kaat	Puutavara		Rakennus- levyt	Laas- tit						Suursäkit
Puu- tarha- kalus- teet		MYYMÄLÄ						Varas- tokas- sa	Varas- tokop- pi			Ruo- hon leik- kurit
									Välivarasto			Kodin- koneet
										Sty- rox- no- pat		

Ulosajo

Sisäänajo

Kuva 9. Noutopihan tuotteiden uudelleen sijoittelu

Seuraavanlaisella järjestelmällä noutopihan odotusaikoihin saataisiin varmasti parannuksia. Bygghmax ja Optiscan ovat kehittäneet yhteistyössä Bygghmaxin noutopihalle järjestelmän, jossa suurimpina kriteereinä olivat tuotteiden kirjaaminen ja kassan toiminnan nopeuttaminen samaan aikaan, kun virheet tuli minimoida. Järjestelmä on tutkitusti nopeuttanut noutopihan toimintaa ja lyhentänyt kassajonoja. Järjestelmä koostuu kannettavasta, varasto- ja kassajärjestelmään liitetystä tiedonkeruupäätteestä sekä siihen liitetystä kannettavasta tulostimesta. Järjestelmä on WLAN-verkon kautta yhteydessä varasto- ja kassajärjestelmään, minkä ansiosta myyjällä on jatkuva yhteys hinnastoon ja tuotetietoihin. Järjestelmä toimii seuraavanlaisesti: asiakkaan ajoneuvonsa lastaamat tuotteet mitataan ja lasketaan tähän tarkoitukseen optimoidulla sovelluksella. Myyjä kirjaa tuotteet järjestelmään ja liittää tunnisteen asiakkaan auton rekisterinumeron. Tuotteiden rekisteröinnin jälkeen myyjä tulostaa asiakkaalle kannettavalla tulostimellaan kuitin, joka sisältää myös asiakkaan tunnisteen viivakoodina. Kassalla viivakoodi luetaan ja tuoterivit kirjautuvat automaattisesti kassapäätteeseen.

Järjestelmän käyttäminen on myös nopeuttanut huomattavasti saapuneiden tavaroiden tarkistamista ja tulouttamista. (Nopeampaa asiakaspalvelua rautakaupassa)

8 POHDINTA

Tämän opinnäytetyön tavoitteena oli selvittää K-raudan noutopihan epäkohdat sekä työntekijöiden että asiakkaiden kannalta kyselylomakkeiden ja haastattelujen avulla. Työn tärkeimpänä tarkoituksena oli myös löytää ratkaisuja näihin ongelmiin. Kyselylomakkeilla ja haastattelujen avulla ongelmakohdat saatiin selville ja niihin löydettiin myös erilaisia ratkaisuja. Työn toissijaisena tarkoituksena oli laatia uusille ja vanhoille varastomiehille kattava tietopaketti, joka voisi helpottaa heidän työskentelyään K-raudan noutopihalla. Tämän opinnäytetyön luettuaan uusi varastomies oppii talon tavoille ja vanhemmat varastomiehet toivon mukaan oppivat jotakin uutta, joka helpottaa heidän työskentelyään noutopihalla. Opinnäytetyöstä on varmasti hyötyä yrityksen noutopihan nykytilanteen selvittämiseksi, koska asiakkailta, jotka tuovat yritykseen rahaa, on saatu arvokasta tietoa noutopihan toimivuudesta ja näin ollen näitä ongelmakohtia pystytään kehittämään.

Opinnäytetyön teoriaosuuden laatimiseen käytettiin paljon yrityksessä työskentelevien henkilöiden haastatteluja, logistiikka-alan kirjallisuutta sekä Internetistä löydettyjä luotettavia lähteitä. Tutkimusosio perustui melkein kokonaisuudessaan kyselytutkimuksissa saatuihin tietoihin. Asiakkaille tehdystä kyselytutkimuksesta saatiin selville asiakkaiden näkökulma ongelmista perusteluineen, vastauksia saatiin yhteensä 23 kappaletta. Varastomiehille tehdyn kyselytutkimuksen perusteella selvitettiin ongelmakohdat varastomiesten kannalta; kaikki varastomiehet vastasivat kyselyyn.

Asiakkaille tehdyn kyselytutkimuksen perusteella selvisi, että suurin ongelma noutopihalla on palvelun saaminen. Parannusta kaivattiin myös tuoteopastukseen ja tarjous- tuotteiden mainostamiseen noutopihalla. Varastomiehille tehdyn kyselyn perusteella suurimmaksi ongelmaksi koettiin tiedonkulun heikkous myymälän ja noutopihan välillä. Myös ne seikat, että työntekijöitä ei ole tarpeeksi, tuotteet eivät ole paikoillaan ja noutopiha jää usein ahtaaksi mm. sesonkituotteiden takia, nousivat kyselyä tehtäessä erityisesti esille.

Kyselytutkimusten perusteella löydettyihin ongelmiin pyrittiin antamaan tässä opin-
näytetyössä erilaisia ratkaisuja. Osa esitetyistä ratkaisuksista ja ehdotuksista tarvitsee
vielä tulevaisuudessa tarkempaa tutkimustyötä. Jatkuva kehittäminen on yrityksen
kannalta hyvin tärkeää, jotta yritys olisi mahdollisimman kannattava ja kilpailukykyi-
nen.

LÄHTEET

Harama, T. & Hemmi J. 1971. Varastoinnin tietokirja. Porvoo: WSOY

Hokkanen, S., Karhunen, J. & Luukkainen, M. 2011. Johdatus logistiseen ajatteluun. 6. uudistettu painos. Jyväskylä: Sho Business Development Oy

Karrus, K. E. 2001. Logistiikka. 3. uudistettu painos. Juva: WS Bookwell Oy

Kauppi, A. Haastattelu 8.1.2012. Kotka: K-rauta Kotka

Keskon yritysesittely 2011. Saatavissa:

<http://www.kesko.fi/PageFiles/15663/Kesko%20yritysesittely%201%202011.pdf> [viitattu 12.12.2011.]

Korsu, I. Haastattelu 22.2.2012. Kotka: K-rauta Kotka

K-rauta Kotka. Saatavissa: <http://www.k-rauta.fi/kaupat/kotka/Pages/Default.aspx> [viitattu 12.12.2011.]

Miinala, T. Haastattelu 3.2.2012. Kotka: K-rauta Kotka

Niemi, A. Haastattelu 9.2.2012. Kotka: K-rauta Kotka

Nopeampaa palvelua rautakaupassa 2009. Saatavissa:

<http://www.optiscangroup.com/fi/optimum.php?k=10777> [viitattu 3.2.2012]

Sakki, J. 1994. Logistinen materiaalin ohjaus. Espoo: Weilin+Göös

Sakki, J. 1999. Logistinen prosessi. 4. uudistettu painos. Espoo: Weilin+Göös

Virolainen, E. Haastattelu 24.2.12. Kotka: K-rauta Kotka

Vättö, P. Haastattelu 3.1.2012. Kotka: K-rauta Kotka



Kyselylomake asiakkaille

Noutopihan toimivuuden kehittäminen

Ympyröi sopivin vaihtoehto

Kuinka usein asioit K-raudan noutopihalla?

- a) Päivittäin
- b) Viikoittain
- c) Kuukausittain
- d) Harvemmin

Oletko ollut tyytyväinen saamaasi palveluun?

Kyllä

En

Jos et, niin miksi?

Mikä/mitkä seuraavista vaatisi kehitystä noutopihalla?

- a) Palvelun saaminen
- b) Palvelun laatu
- c) Tuote opastus
- d) Jokin muu, mikä?



Kyselylomake varastomiehille

Noutopihan toimivuuden kehittäminen

Mitkä asiat aiheuttavat eniten ongelmia noutopihalla? Merkitse kolme suurinta ongelmaa numeroin, 1 eniten ja 3 vähiten.

- a) Kuorma-autojen purkaminen
- b) Hidas asiakaspalvelu
- c) Tuotteet latioilla, eikä trukkihyllyssä
- d) Tiedonkulku myymälän ja noutopihan välillä
- e) Hankalat asiakkaat
- f) Sesonkituotteet
- g) Tilan puute
- h) Kuljetukseen lähtevien keikkojen kerääminen
- i) Jokin muu, mikä?